

**PENGARUH NILAI KEADILAN TERHADAP KEPUASAN
SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPERCAYAAN
DAN KOMITMEN NASABAH PADA ASURANSI
JP-ASTOR DI SURABAYA**

S K R I P S I

**Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**



Oleh :

MAS CANDRA IRAWAN
0512010356 / FE / EM

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2010**

**PENGARUH NILAI KEADILAN TERHADAP KEPUASAN
SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPERCAYAAN
DAN KOMITMEN NASABAH PADA ASURANSI
JP-ASTOR DI SURABAYA**

S K R I P S I



Oleh :

MAS CANDRA IRAWAN
0512010356 / FE / EM

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2010**

S K R I P S I

PENGARUH NILAI KEADILAN TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN NASABAH PADA ASURANSI JP-ASTOR DI SURABAYA

Oleh :

MAS CANDRA IRAWAN
0512010356 / FE / EM

telah dipertahankan dihadapan
dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 26 Maret 2010

Pembimbing :

Tim Penguji :

Ketua

Drs. Ec. H. Supriyono, MM

Drs. Ec. H. Soewardjo, MM

Sekretaris

Drs. Ec. H. Supriyono, MM

Anggota

Dra. Ec. Nurjanti Takarini, MSi

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM
NIP. 030 202 389

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Nilai Keadilan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Kepercayaan Dan Komitmen Nasabah Pada Asuransi JP-ASTOR di Surabaya”** dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi satu syarat penyelesaian Program Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menghaturkan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, selaku Ketua Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Supriyono, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing penulisan ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bernilai. Sehingga ucapan terima kasihpun dirasa belum cukup untuk menghargai jasa Bapak dan Ibu. Namun teriring do'a semoga apa yang sudah diberikan kepada kami akan terbalaskan dengan berkah dari sang Ilahi.
6. Yang terhormat Bapak dan Ibu, sembah sujud serta ucapan terima kasih atas semua do'a, restu, dukungan, nasehat yang diberikan kepada penulis.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan berkat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak

Surabaya, April 2010

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAKSI	x
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Definisi Pemasaran Jasa	12
2.2.1.1. Karakteristik Jasa	14
2.2.1.2. Klasifikasi Jasa	16
2.2.1.3. Macam-Macam Jasa	18
2.2.1.4. Kunci Sukses Jasa	19

2.2.2. Nilai Keadilan	20
2.2.3. Kepuasan Pelanggan.....	25
2.2.4. Kepercayaan Pelanggan.....	27
2.2.5. Komitmen Pelanggan.....	29
2.2.6. Pengaruh Nilai Keadilan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	31
2.2.7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	32
2.2.8. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Komitmen Pelanggan.....	32
2.3. Kerangka Konseptual	34
2.4. Hipotesis.....	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
3.1.1. Definisi Operasional Variabel	36
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	39
3.2. Teknik Penentuan Sampel.....	40
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.3.1. Jenis Data	41
3.3.2. Sumber Data.....	41
3.3.3. Pengumpulan Data	41
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	42
3.4.1. Uji Reliabilitas dan Validitas.....	42
3.4.2. Uji Outlier Univariat dan Multivariat	43

3.4.2.1. Uji Outlier Univariat.....	43
3.4.2.2. Uji Outlier Multivariat	43
3.4.3. Uji Normalitas Data	44
3.4.4. Pemodelan SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)....	44
3.5. Uji Hipotesis	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian.....	49
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden	49
4.1.2. Deskripsi Nilai Keadilan (X).....	50
4.1.3. Deskripsi Kepuasan (Y).....	52
4.1.4. Deskripsi Kepercayaan (V)	53
4.1.5. Deskripsi Komitmen (Z)	54
4.2. Analisis Data	55
4.2.1. Evaluasi Outlier	55
4.2.2. Evaluasi Reliabilitas	57
4.2.3. Evaluasi Validitas	58
4.2.4. Evaluasi <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	59
4.2.5. Evaluasi Normalitas	61
4.2.6. Analisis Model <i>One – Step Approach</i> to SEM	62
4.2.7. Uji Kausalitas	65
4.3. Pembahasan.....	66
4.3.1. Pengujian Hipotesis Pengaruh Nilai Keadilan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	66

4.3.2. Pengujian Hipotesis Pengaruh Kepuasan Terhadap Kepercayaan Nasabah.....	67
4.3.3. Pengujian Hipotesis Pengaruh Kepuasan Terhadap Komitmen Nasabah	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	70
5.2. Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pemegang Polis di PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya Tahun 2005 – 2008	5
Tabel 1.2 Jumlah Komplain Konsumen PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya Periode Januari – Desember 2008	6
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Nilai Keadilan (X).....	51
Tabel 4.4. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan (Y) ...	52
Tabel 4.5. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepercayaan (V).....	53
Tabel 4.6. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Komitmen (Z) ..	54
Tabel 4.7. <i>Residuals Statistics</i>	56
Tabel 4.7. Pengujian <i>Reliability Consistency Internal</i>	57
Tabel 4.9 <i>Standardize Faktor Loading dan Construct dengan Confirmatory Factor Analysis</i>	59
Tabel 4.10. <i>Construct Reliability dan Variance Extracted</i>	60
Tabel 4.11. <i>Assessment Of Normality</i>	61
Tabel 4.12. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Model One- Step Approach – Base Model</i>	63
Tabel 4.13. Variabel yang Dimodifikasi Dalam Model.....	64
Tabel 4.14. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Model One- Step Approach – Modifikasi</i>	64
Tabel 4.15. Uji Kausalitas Antar Faktor	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4.1. Model Pengukuran & Struktural Nilai Keadilan, Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen, Model: <i>One Step Approach – Base Model</i>	62
Gambar 4.2. Model Pengukuran & Struktural Nilai Keadilan, Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen, Model: <i>One Step Approach – Modifikasi</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Data Tanggapan Responden Terhadap Nilai Keadilan (X),
Kepuasan (Y), Kepercayaan (V), dan Komitmen (Z)

Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data

**PENGARUH NILAI KEADILAN TERHADAP KEPUASAN
SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPERCAYAAN
DAN KOMITMEN NASABAH PADA ASURANSI
JP-ASTOR DI SURABAYA**

Oleh:

Mas Candra Irawan

Abstraksi

Penelitian ini dilakukan pada PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya. Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa pada tahun 2007 – 2008 telah terjadi penurunan jumlah pemegang polis Asuransi JP-ASTOR di Surabaya dari 2757 nasabah menjadi 2036 nasabah. Didukung selama periode Januari -Desember 2008 telah terjadi kecenderungan kenaikan jumlah komplain konsumen dari 11 nasabah menjadi 31 nasabah, hal tersebut mengindikasikan semakin banyaknya pelanggan yang tidak puas dengan produk asuransi JP-ASTOR di Surabaya dalam setiap bulannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai keadilan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada kepercayaan dan komitmen nasabah pada Asuransi JP-ASTOR di Surabaya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* tepatnya *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Pada penelitian ini terdapat 22 indikator, sehingga jumlah sampel yang diestimasi yaitu antara 110-220. Adapun jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebesar 110 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM diagram yang akan mempermudah untuk melihat pengaruh nilai keadilan terhadap kepuasan nasabah dan dampaknya pada kepercayaan dan komitmen nasabah yang akan diuji.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai keadilan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada asuransi JP-ASTOR di Surabaya, sedangkan Kepuasan berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah pada asuransi JP-ASTOR di Surabaya, dan Kepuasan berpengaruh positif terhadap komitmen nasabah pada asuransi JP-ASTOR di Surabaya

Key Words: Nilai Keadilan, Kepuasan Nasabah, Kepercayaan, dan Komitmen Nasabah.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini banyak masyarakat di kota-kota besar yang mengandalkan kendaraan bermotor sebagai alat yang begitu penting dalam kegiatan sehari-hari sebagai alat transportasi utama disamping kendaraan penumpang umum (angkot). Pada tahun 2008 saja jumlah kendaraan bermotor roda empat saja sudah mencapai 43.786 kendaraan. Dari total jumlah kendaraan bermotor roda empat yang ada di Surabaya tersebut, sekitar 67% kendaraan yang diasuransikan, sedangkan sisanya 33% kendaraan masih belum diasuransikan. (Sumber: BPS Surabaya).

Hal ini dapat dikarenakan beberapa hal seperti pengetahuan masyarakat tentang asuransi, tingkat pendapatan perkapita yang masih rendah ataupun bisa dilihat dari kecepatan suatu asuransi dalam menyelesaikan klaim. Keberhasilan suatu perusahaan asuransi juga sangat dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan tersebut dapat memuaskan pelanggannya dengan melakukan penanganan keluhan dari pelanggan secara adil, sehingga pada akhirnya dapat tercipta kepercayaan dan komitmen pelanggan untuk terus menggunakan produk asuransi dari perusahaan tersebut.

Hubungan kepuasan pelanggan dengan kepercayaan pelanggan seperti yang dinyatakan oleh Westbrook (1987) dalam Gunawan dan Purwono (2007: 5) yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan mediator yang dapat menjelaskan perilaku konsumen, setelah proses pembelian, yang terkait dengan kepercayaan

terhadap sebelum proses pemilihan produk sampai dengan tahap setelah proses pemilihan, komunikasi pelanggan dan perilaku setelah pembelian

Sedangkan hubungan kepuasan pelanggan dengan komitmen pelanggan seperti yang dinyatakan oleh Kelley dan Davis (1994) dalam Gunawan dan Purwono (2007: 6) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan atas penanganan keluhan dapat menimbulkan komitmen pelanggan terhadap penyedia layanan jasa

Banyak perusahaan telah menginvestasikan modalnya terhadap program penanganan keluhan sebagai sarana untuk meningkatkan komitmen dan membangun loyalitas pelanggan. Pemecahan masalah pelanggan yang efektif dan memiliki hubungan yang sangat erat dalam bentuk saling keterkaitan antara kepuasan, kepercayaan dan komitmen pelanggan. Pada sektor industri jasa penanganan keluhan merupakan strategi yang penting khususnya dalam meningkatkan hubungan dengan pelanggan (Gunawan dan Purwono, 2007: 3).

Hubungan nilai keadilan dengan kepuasan pelanggan seperti yang dinyatakan oleh Taylor (1997) dalam Gunawan dan Purwono (2007: 3) yang menyatakan bahwa pelanggan menilai tingkat kepuasan dan kekecewaan berdasarkan pengalaman mereka dalam keadaan yang tidak biasa dengan membandingkan harapan pelanggan tentang nilai keadilan dengan tindakan yang dilakukan oleh penyedia jasa.

Kombinasi antara kualitas dan peranan konsumen dalam proses produksi jasa serta fakta bahwa loyalitas pelanggan akan menghasilkan keuntungan, menjadikan penanganan keluhan sebagai momentum penting dalam

mempertahankan dan membangun hubungan dengan pelanggan (Berry dan Parasuraman, 1991).

Menurut Ziethaml & Bitner (2003:166) bahwa *service failure* itu tidak dapat di hindari walaupun oleh sebuah perusahaan terbaik, dengan keinginan yang kuat, bahkan oleh mereka yang memiliki sistem penyampaian jasa yang terbaik di dunia sekalipun. Memiliki strategi *service recovery* yang baik dalam mencapai kepuasan pelanggan akan dapat meningkatkan efisiensi perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya dari pesaing. *Service recovery* merupakan salah satu strategi *customer retention*.

PT. Asuransi Jasaraharja merupakan Perusahaan yang juga bergerak dibidang jasa asuransi yang memberikan layanan asuransi, termasuk didalamnya kegiatan usaha *surety bond*. Asuransi Jasaraharja Putera merupakan salah satu diantara sedikit perusahaan asuransi di Indonesia yang aktif dalam pengembangan layanan *surety bond* sebagai salah satu jenis produk baru di Indonesia dengan prospek yang sangat cerah. Asuransi Jasaraharja Putera memiliki 4 produk unggulan, antara lain: 1). JP-ASTOR merupakan produk asuransi kendaraan bermotor yang memberikan jaminan atas kerugian/kerusakan kendaraan bermotor yang disebabkan oleh tabrakan, terbalik, pencurian, kebakaran, petir, peletusan mesin dan tanggung jawab menurut hukum kepada pihak ketiga, 2). JP-ASPRI merupakan produk asuransi yang memberikan perlindungan terhadap kerugian dalam melakukan investasi, 3). JP-GRAHA merupakan produk asuransi yang memberikan perlindungan terhadap kerusakan gedung, kantor, rumah tinggal, toko, pabrik, hotel dan bangunan-bangunan lainnya terhadap risiko bangunan

yang diakibatkan oleh bahaya kebakaran, peledakan, dll, dan 4). JP-BONDING merupakan produk asuransi yang memberikan jaminan pada tender-tender dari jaminan lain dalam pelaksanaan proyek-proyek pembangunan dan pembebasan bea masuk dan bea masuk tambahan serta penangguhan pembayaran. Keempat produk unggulan ini merupakan sebagian kecil dari jasa pertanggungan yang ditawarkan oleh perusahaan kepada nasabahnya terhadap berbagai macam resiko kerugian.

Asuransi Jasaraharja Putera dengan produknya JP-Astor yang merupakan produk asuransi kendaraan bermotor yang memberikan jaminan atas kerugian/kerusakan kendaraan bermotor yang disebabkan oleh tabrakan, terbalik, pencurian, kebakaran, petir, peletusan mesin dan tanggung jawab menurut hukum kepada pihak ketiga. Di samping risiko-risiko dasar jaminan, produk asuransi ini juga dapat diperluas dengan risiko-risiko kecelakaan dari pengemudi dan penumpang, banjir, gempa bumi dan huru-hara. ([Http/www. jasaraharja_putera. com](http://www.jasaraharja_putera.com)).

Fenomena yang terjadi pada saat ini di PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya tidak terlepas dari permasalahan yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat diketahui dari jumlah pemegang polis Asuransi JP-ASTOR dari tahun 2005-2008.

Tabel 1.1. Jumlah Pemegang Polis Asuransi JP-ASTOR di Surabaya Tahun 2005 – 2008

Periode	Total Pemegang Polis Asuransi JP-ASTOR
Tahun 2005	2290
Tahun 2006	1821
Tahun 2007	2757
Tahun 2008	2036

Sumber : PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya, Tahun 2009

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa pada tahun 2007 – 2008 telah terjadi penurunan jumlah pemegang polis Asuransi JP-ASTOR di Surabaya dari 2757 nasabah menjadi 2036 nasabah. (Sumber : PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya, Tahun 2008).

Beberapa masalah yang dikeluhkan oleh para nasabah ini diambil dari kotak saran yang ada di Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya. Dari berbagai macam masalah-masalah keluhan pelanggan, terdapat beberapa hal yang banyak dikeluhkan oleh pelanggan berkaitan dengan kualitas layanan Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya, antara lain :

1. Pembayaran klaim yang dirasakan oleh para nasabah kurang tepat waktu.
2. Penagihan premi lanjutan yang dilakukan oleh para agen juga dirasakan para nasabah kurang cepat dan tepat waktu.
3. Kurangnya transparansi (kejelasan) informasi dari para agen mengenai produk yang ditawarkan kepada para nasabah.

Berikut ini akan disajikan data jumlah komplain pemegang polis pada Asuransi JP-ASTOR di Surabaya, periode Januari – Desember 2008.

Tabel 1.2. Jumlah Komplain Pemegang Polis Asuransi JP-ASTOR di Surabaya Periode Januari – Desember 2008

Periode	Jumlah Komplain Nasabah (Orang)	Keterangan
Jan – 08	11	<ul style="list-style-type: none"> - Berhubungan dengan penanganan pembayaran klaim - Berhubungan dengan <i>serving time</i> - Berhubungan dengan penanganan komplain penagihan premi lanjutan - <i>General</i> (Umum)
Feb – 08	15	
Mar – 08	15	
Apr – 08	17	
Mei – 08	21	
Jun – 08	20	
Jul – 08	23	
Agu – 08	25	
Sep – 08	26	
Okt – 08	26	
Nop – 08	28	
Des – 08	31	

Sumber: PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya, Tahun 2009

Berdasarkan Tabel 1.2, diketahui bahwa selama periode Januari - Desember 2008 telah terjadi kenaikan jumlah komplain konsumen yang menggunakan Polis Asuransi JP-ASTOR Surabaya. Kenaikan jumlah komplain konsumen tersebut mengindikasikan semakin banyaknya pelanggan yang tidak puas dengan produk asuransi jasaraharja putera dalam setiap bulannya.

Hal ini didukung dengan hasil penelitian Gunawan dan Purwono (2007) menunjukkan bahwa pelanggan lebih menilai keadilan interaksional sebagai ukuran program penanganan keluhan. Sehingga perusahaan hendaknya menyediakan layanan penanganan keluhan mudah dan lebih baik dengan prosedur

yang penanganan keluhan lebih fleksibel sesuai dengan kondisi yang dialami oleh pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh nilai keadilan terhadap kepuasan nasabah dan dampaknya pada kepercayaan dan komitmen nasabah pada Asuransi JP-ASTOR di Surabaya”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah nilai keadilan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi JP-ASTOR di Surabaya?
2. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pada Asuransi JP-ASTOR di Surabaya?
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap komitmen nasabah pada Asuransi JP-ASTOR di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh nilai keadilan terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi JP-ASTOR di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan nasabah pada Asuransi JP-ASTOR di Surabaya.

3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap komitmen nasabah pada Asuransi JP-ASTOR di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak-pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengalaman secara praktik di bidang pemasaran khususnya mengenai teoritik tentang nilai keadilan yang terdiri dari keadilan interaksional, keadilan prosedural, dan keadilan distributif, serta kepuasan, kepercayaan dan komitmen.

2. Bagi Organisasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang menjadikan pertimbangan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan nilai keadilan yang terdiri dari keadilan interaksional, keadilan prosedural, dan keadilan distributif, serta kepuasan, kepercayaan dan komitmen.

3. Bagi Universitas

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah perbendaharaan perpustakaan serta sebagai bahan perbandingan bagi rekan-rekan mahasiswa yang mengadakan penelitian dengan masalah yang sama di masa yang akan datang.